

La comunicació local

Marta Montagut

Lluïsa Llamero

Departament d'Estudis de Comunicació (Universitat Rovira i Virgili)

David Domingo

Departament d'Estudis de Comunicació (Universitat Rovira i Virgili);

Département des Sciences de la Information et de la Communication (Université Libre de Bruxelles)

Josep Àngel Guimerà i Orts

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

(Universitat Autònoma de Barcelona)

J. Vicenç Rabadán

Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (Universitat Autònoma de Barcelona)

Observatori de la Comunicació Local de l'Institut de la Comunicació

de la Universitat Autònoma de Barcelona (OCL InCom-UAB)

L'agreujament de la crisi econòmica durant el bienni 2011–2012 s'ha traduït en el tancament de mitjans, l'escurçament de plantilles i la reducció de programació de molts serveis de comunicació de proximitat. En l'àmbit públic han estat diversos els mitjans de proximitat de llarga trajectòria que han desaparegut, i en l'àmbit privat moltes iniciatives pateixen una situació de fragilitat extrema, agreujada per la retallada de subvencions de la Generalitat de Catalunya. Mentrestant, internet s'ha consolidat com una plataforma de creixement de la comunicació local propiciada pel seu baix cost estructural.

MONTAGUT, Marta; LLAMERO, Lluïsa; DOMINGO, David; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel; RABADÁN, J. Vicenç (2013): "La comunicació local", a CIVIL I SERRA, Marta; BLASCO GIL, José Joaquín; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2011–2012*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 3, pàgs. 197–216. e-Pub gratuït a <http://www20.gencat.cat/docs/EADOP/Publicacions/Continguts/epubs/lexikon/InformeDeLaComunicacioACatalunya11-12.epub>

1. Introducció¹

Els mitjans de comunicació de proximitat comencen a perdre capacitat de servei a causa de la persistència de la crisi econòmica. Alguns mitjans públics han tancat, mentre que els supervivents han reduït pressupostos a causa de la disminució de les assignacions municipals. En conjunt, s'observa un aprimament de plantilles o una migració cap als espais en línia. El sector privat s'ha vist també fortament afectat pel continuat descens dels ingressos publicitaris i de subvencions públiques, les quals van patir el 2011 les retallades més quantioses. Els grups multimèdia, creats per aglutinar més força en el sector privat, reflecteixen la fragilitat econòmica de la indústria. En aquest context complicat s'observa el vigor d'internet, ja que molts mitjans opten per traslladar els seus serveis a aquest canal de costos estructurals més assequibles, i molts periodistes que han perdut la feina l'utilitzen per emprendre nous projectes d'autoocupació.

2. Polítiques de comunicació

El bienni 2009–2010 es va caracteritzar per una àmplia activitat legislativa derivada de l'aprovació de la Llei general de la comunicació audiovisual (BOE, 01–04–2010).² En el bienni 2011–2012 moltes de les accions reguladores no s'han acabat d'implementar a causa del context de crisi econòmica i política. Només en televisió hi ha hagut un canvi significatiu a nivell català amb l'aprovació de la Llei 2/2012, de 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual, que, entre altres coses, eliminava les fortes limitacions existents fins llavors obrint als prestadors de serveis la possibilitat de “difondre continguts, a més dels publicitaris, per encàrrec de les administracions públiques”.³

Hi ha hagut, però, activitat intensa en el vessant executiu de les polítiques de comunicació. Així, les mesures d'austeritat econòmica de la Generalitat de Catalunya, implementades pel nou govern de Convergència i Unió sorgit de les eleccions de 2010, han suposat un canvi important en la política de subvencions destinades als mitjans privats, i això tant pel que fa a les estructurals, de foment del català, com pel que fa a les que impulsaven la implementació de projectes concrets. La reducció ha estat d'un 70% entre 2010 i 2011 (FERNÁNDEZ ALONSO, GUIMERÀ I ORTS, FERNÁNDEZ VISO, 2012: 12). També cal destacar un canvi radical en les polítiques de comunicació de les diputacions provincials amb la creació de La Xarxa, la desaparició de Comunicàlia i la transformació de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya en Federació de Mitjans de Comunicació Locals de Catalunya.

El repartiment de recursos de la Generalitat ha prioritzat el recolzament a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, a qui s'ha retallat l'aportació en un 21,2% durant el bienni;⁴ xifra significativa però lluny del 70% de reducció aplicat el 2011 als mitjans de comunicació privats, que majoritàriament tenen una cobertura de proximitat. La política d'austeritat es va relaxar l'any següent, amb un lleuger increment en les dues partides (vegeu la taula 1), tot i que el suport és molt inferior als nivells assolits abans de 2010.

1. Aquest capítol s'ha realitzat en el marc de les activitats de l'Observatori de la Comunicació Local, un projecte impulsat per l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) en col·laboració amb el Departament d'Estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili i el suport de la Diputació de Barcelona.

2. Per ampliar informació sobre les característiques i evolució prèvia del sector durant el bienni 2009–2010 vegeu el capítol “La comunicació local” a l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2009–2010*.

3. Vegeu el DOGC de 08–03–2012. En concret, especifica que el caràcter “dels continguts objecte de contracte s'han d'orientar en tots els casos al compliment dels principis del servei públic audiovisual que determina aquesta llei. Sens perjudici de l'aplicació de la legislació sobre contractes de les administracions públiques, la responsabilitat editorial d'aquests continguts també correspon a l'ens públic contractant.”

4. La reducció va ser del 6,7% entre 2010 i 2011 i del 15,6% entre 2011 i 2012. Font: GENERALITAT DE CATALUNYA (2012): “El departament de la Presidència redueix el seu pressupost un 30,7% en dos anys” [En línia]. www.webcitation.org/6GTtoUbgU

Taula 1. Ajuts estructurals i a projectes als mitjans de proximitat (2010–2012)

	2010		2011		2012	
	Estructurals	Projectes	Estructurals	Projectes	Estructurals	Projectes
Televisió^A	904.153,00	618.875,00	394.675,00	269.125,00	492.061,00	382.031,00
Ràdio	289.549,00	288.558,00	107.431,00	34.385,00	198.830,00	60.000,00
Prensa	1.508.132,97	548.845,00	534.854,58	479.296,00	1.129.814,52	540.979,00
Digitals	371.250,00	169.417,35	0	26.263,75	42.000,00	194.086,33

^A Durant l'any 2010 cal esmentar que, a més dels mitjans que van rebre ajuts estructurals i de projectes, es van atorgar uns ajuts extraordinaris d'1.068.790 € a organismes i entitats associatives de la televisió local com la Xarxa Audiovisual Local, el Consorci Local i Comarcal de Comunicació o el Consorci del Mercat Audiovisual de Catalunya.

Font: elaboració pròpia a partir de dades dels DOGC, 16, 18, 23, 25, 27 i 30-04-2012 i 01-02-2013.

Per tipologia de mitjans, la televisió de proximitat va captar el 75,4% dels ajuts del sector i va tancar el 2012 amb la concessió de 872.092 €. Tot i això, la davallada acumulada des de 2010 és del 66,3%. A la ràdio local privada aquesta disminució d'ingressos públics ha estat del 88%. En l'àmbit dels mitjans digitals, la partida de subvencions es trobava el 2012 al voltant de 200.000 €. L'any anterior, però, va ser atípic, ja que només es van concedir ajuts estructurals per valor de 26.263,75 € i no es va aprovar cap proposta de suport a projectes de proximitat. A la premsa impresa, la fusió de capçaleres *El Punt Avui* s'ha vist afavorida i ha aconseguit el 2012 el 43% dels ajuts estructurals concedits i el 62% d'ajuts de projecte.

L'argument que explica la reducció d'ajuts públics és un canvi en la lògica política. Una lògica que en anys anteriors havia servit per afavorir “la posada en marxa d'iniciatives que mai no haurien sorgit per si mateixes i per mantenir en funcionament mitjans que no existirien sense els ajuts” (FERNÁNDEZ ALONSO, GUIMERÀ I ORTS, FERNÁNDEZ VISO, 2012: 12). Aquesta distribució de subvencions ha perjudicat certs mitjans de proximitat. Ha influït en alguns tancaments i ha agreujat les dificultats econòmiques dels supervivents. Això, sumat a la reducció de la publicitat institucional, que durant 2011 va ser de prop d'un 60% (FERNÁNDEZ ALONSO, GUIMERÀ I ORTS, FERNÁNDEZ VISO, 2012), i a la fràgil economia dels mitjans municipals, implica una seriosa amenaça per a un model d'espai català de comunicació que ha tingut i té en la comunicació local un paper vertebrador clar.

Les diputacions provincials han estat històricament un dels actors de referència de les polítiques de comunicació de proximitat; especialment la de Barcelona, que s'ha mostrat molt activa amb la creació del Consorci de la Comunicació Local, l'emissora COM Ràdio (1994), la posada en marxa de la Xarxa de Televisions Locals (XTVL) i el portal digital La Malla (1999). Per a la coordinació d'aquests dos darrers ens es va crear el 2004 l'empresa pública Xarxa Audiovisual Local (XAL) (FERNÁNDEZ ALONSO, GUIMERÀ I ORTS, FERNÁNDEZ VISO, 2012). La crisi econòmica, però, va fer replantejar aquesta estructura durant 2011, política que progressivament va conduir a la unificació de tots els mitjans en un sol ens virtual: La Xarxa. El nou portal es defineix com “una plataforma multimèdia de suport a l'audiovisual local”⁵ i ofereix un servei de notícies per a ràdio, televisió i mitjans en línia (XN Notícies), serveis d'intercanvi de continguts radiofònics (Sindicada 2.0) i televisius (XTVL, Xip/TV) i

5. La Xarxa (2013): “Qui som” [En línia]. www.webcitation.org/6FeXNBCz1. Barcelona

La desaparició de Comunicàlia deixa com a principal ens de serveis de comunicació de proximitat mancomunats a La Xarxa, organisme depenent de la Diputació de Barcelona



una programació radiofònica de 24 hores per satèl·lit. Aquesta integració de continguts i serveis ha estat també l'aposta de renovació d'una altra entitat pública formada per mitjans municipals (i associacions culturals): la Federació dels Mitjans de Comunicació Locals de Catalunya (abans Federació de Ràdios Locals de Catalunya), que ha signat en aquest bienni, i té vigent, un conveni per compartir recursos amb La Xarxa.

El març de 2011 va desaparèixer Comunicàlia (*Avui*, 18-03-2011, pàg. 49). Aquesta entitat, juntament amb XTVL, era una de les dues grans plataformes de distribució de continguts televisius locals, tot i que també distribuïa continguts radiofònics. Depenia del Consorci Local i Comarcal de la Comunicació, format per les diputacions de Tarragona, Girona i Lleida, els consells comarcals d'Osona, la Cerdanya, el Solsonès, el Pla d'Urgell i el Baix Empordà, i vuit ajuntaments. Comunicàlia competia en inferioritat de condicions amb XTVL, perquè tenia un pressupost de funcionament ordinari cinc vegades menor que el de La Xarxa (FERNÁNDEZ ALONSO, GUIMERÀ I ORTS, FERNÁNDEZ VISO, 2012: 13). La reducció del finançament públic per part de la Generalitat el 2011 la va col·locar en una situació econòmica extrema i va ser el factor desencadenant del seu tancament. La desaparició de Comunicàlia deixa com a principal ens de serveis de comunicació de proximitat mancomunats a La Xarxa, organisme depenent de la Diputació de Barcelona.

Per tot això cal considerar que és l'ens que lidera el procés de convergència dels mitjans públics locals de proximitat a tot Catalunya. No exerceix, però, un lideratge en solitari, sinó que té el suport de la Diputació de Tarragona i de part del teixit associatiu del sector. En aquesta línia hem de remarcar que l'Agència Catalana de Notícies —que des de 2011 ha anat reduint cada any el seu pressupost en un percentatge proper al 25%⁶— treballa amb el mandat de buscar sinergies o fins i tot d'integrar-se amb els projectes de la Diputació de Barcelona.

Sembla evident que les dificultats econòmiques del país fan buscar opcions d'abaratir costos mitjançant sinergies productives. Aquesta opció política, però, pot comportar riscos d'homogeneïtzació.

3. Evolució i tendències dels mitjans de comunicació locals

3.1. La TDT-L: tancaments i redefinicions de model en el context de crisi econòmica

Ha continuat el procés de forta reordenació de la TDT local que s'arrossega des de l'esclat de la crisi el 2008 i l'apagada analògica el bienni 2009–2010. La desaparició i la reestructuració de canals han estat una constant.

Constatem la desaparició de cinc emissores de TDT, tres de públiques i dues de privades. Les públiques són M2TV, Gavà TV i Conca TV. La primera correspon al consorci que agrupava els municipis de l'Alt Maresme (amb Calella al capdavant), que va cedir la gestió del canal al consorci que agrupava els del sud de la comarca (amb Mataró com a

6. Fonts: FERNÁNDEZ ALONSO, GUIMERÀ I ORTS, FERNÁNDEZ VISO (2012) i Comunicació 21 (2013): "El pressupost de l'ACN es redueix en un 25%" [En línia] www.webcitation.org/6GPV8jDY4

Taula 2. Prestadors de TDT local en emissió (2008–2012)

Demarcació	Previstos	Desembre 2008	Setembre 2009	Maig 2010	Desembre 2010	Desembre 2012
Balaguer	3 ^A	0	0	1	1	1
Barcelona	8	7	8	5	6	5 ^B
Blanes	3 ^A	0	1	1	1	1
Cornellà	8	3	3	2	4	3
Figueres	4	0	4	2	4	2
Girona	4	2	2	2	2	2
Granollers	4	0	2	3	3	3
Igualada	4	0	0	3	4	3
Lleida	4	0	2	2	3	3
Manresa	4	0	0	3	3	3
Mataró	4	3	4	4	3	2
Olot	4	2	2	2	2	2
Palafrugell	4	0	1	1	1	1
Reus	4	2	2	1	3	3 ^C
Sabadell	8	0	5	5	6	6
La Seu d'Urgell	4	0	1	1	4	4
Tarragona	4	3	4	4	4	4
Tortosa	4	0	0	3	3	3
Vic	4	3	3	3	3	3
Vielha e Mijaran	3 ^A	0	0	0	1	1
Vilanova	4	0	3	3	4	4
Total	93	25	47	51	65	59

^A En aquestes demarcacions es va declarar desert un programa reservat per a la gestió indirecta del servei.

^B El gener de 2011 el consorci de la televisió digital de Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramenet va deixar d'emetre el logotip que havia estat emetent fins llavors.

^C El gener de 2013 el consorci TDCamp va anunciar el tancament de la televisió.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del CAC i de l'OCL InCom-UAB.

líder). El 2010 es va decidir tancar el segon canal per “inassumible”. Gavà TV va deixar d'emetre per ones perquè l'Ajuntament va considerar que no podia afrontar “els alts costos”. Havien de gestionar conjuntament el canal diferents municipis, però cap més no s'hi va voler implicar. Ara emet per internet, després de patir una retallada de plantilla (GUIMERÀ, 2012). Per la seva banda, Conca TV (Anoia) va veure com el seu pressupost minvava un 80% el 2012 i deixava de produir continguts propis. Finalment, el juliol de 2012 la Mancomunitat Intermunicipal de la Conca d'Òdena, que el gestionava, en va aprovar el tancament (*Butlletí Oficial de la Província de Barcelona*, 30-07-2012). La desaparició d'aquests operadors ha confirmat l'aprofundiment de la crisi del servei públic de TDT local: només 15 dels 37 operadors previstos emetien el desembre de 2012.

Les dues privades que han deixat de funcionar són Canal Nord (Figueres) i Canal Català Empordà. La primera era una televisió amb trenta anys d'història que el 2009 va passar a ser gestionada per TV Girona després de greus problemes econòmics. La segona era un reemissor de la cadena Canal Català TV (CCTV), sense producció pròpia (GUIMERÀ, 2012). CCTV, de fet, ha reordenat la seva oferta al llarg del bienni. D'una banda, part dels associats l'han abandonada: les actuals Maresme TV, Banyoles TV i TLB (a Manresa) hi estaven vinculades, però n'han sortit arran de la reformulació de CCTV cap a una televisió independentista i amb més emissió en cadena. Aquests canvis es produïen en paral·lel al fracàs de les converses amb Grupo Godó per llogar un dels canals del seu múltiplex autonòmic. L'empresa està passant per una crisi notable que l'ha dut a tancar la seu de Sabadell i a reduir l'oferta de Canal Català Tarragona. Fins i tot es va arribar a anunciar el tancament de la cadena (GUIMERÀ I ORTS, 2012; GUIMERÀ I ORTS, BONET, 2012).

Taula 3. Prestadors de TDT local previstos i en emissió segons titularitat (desembre de 2012)

Demarcació	Privada		Pública	
	Previstos	En emissió	Previstos	En emissió
Balaguer	1 ^A	1	2	0
Barcelona	2 ^A	2	4	3
Blanes	1 ^A	1	2	0
Cornellà	2 ^A	2	4	1
Figueres	2 ^A	1	1 ^B	1
Girona	2	2	2	0
Granollers	1 ^A	1	2	2
Igualada	3	3 ^C	1	0
Lleida	3	3	1	0
Manresa	3	3	1	0
Mataró	1 ^A	1	2	1
Olot	2	2	2	0
Palafrugell	1 ^A	1	1	0
Reus	1 ^A	1	2	2 ^D
Sabadell	5	5	3	1
La Seu d'Urgell	3	3	1	1 ^E
Tarragona	3	3	1	1
Tortosa	3	3	1	0
Vic	3	3	1	0
Vielha e Mijaran	2 ^A	1	1	0
Vilanova	2	2	2	2
Total	46	44	37	15

^A En la categoria de prestadors previstos no es comptabilitzen les concessions que es van declarar desertes durant la fase de concurs o bé s'han resolt arran de l'acceptació per part del CAC de la sol·licitud de renúncia dels prestadors (o bé s'han declarat extingides com a resultat de la seva transformació en llicència).

^B El consorci no està constituït legalment i l'Ajuntament de l'Escala gestiona el programa públic.

^C El desembre de 2012 la privada 25 TV només emetia una carta d'ajust.

^D El 23 de desembre de 2012, l'Ajuntament de Reus va renunciar a la concessió després de mesos emetent una carta d'ajust.

^E Per la freqüència del programa públic es reben les emissions d'Andorra TV.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del CAC i de l'OCL InCom-UAB.

A més dels tancaments, dins del sector públic hi ha cinc casos de fortes retallades pressupostàries. A Badalona es va reduir la dotació de 2,7 a 2 milions d'euros entre 2011 i 2012, i es va anunciar l'acomiadament de 21 dels 66 treballadors. Al final de 2011, M1TV (Maresme) no va renovar el contracte de gestió amb la productora Lavinia, fet que es va traduir en una reducció de la plantilla a la meitat. TDCamp (Baix Camp) va disposar d'un 15% menys de pressupost el 2012 i va arribar a un acord amb la pública TAC12 (Tarragona) per compartir directius i reduir despeses.⁷ La darrera en patir les retallades més fortes ha estat BTV: un 12% el 2012. En l'actualitat es veu amenaçada la continuïtat de les televisions de districte.⁸ En aquest context, TV Hospitalet (Baix Llobregat) és un cas particular. El gener de 2012 deixava d'emetre en el marc d'un pla de contenció de la despesa. L'octubre següent, però, tornava a emetre dues hores al dia i dins d'un projecte multiplataforma amb 2 milions d'euros de pressupost, la meitat que el 2011 (GUIMERÀ I ORTS, 2012). El consistori tractava de recuperar un servei el tancament del qual havia generat fortes protestes.

Les raons que expliquen la delicada situació de la TDT local catalana són, d'una banda, la persistència de la crisi econòmica general i la seva mutació en crisi financera de les administracions públiques a partir de 2010. En un país amb un sector públic local relativament potent i un sector privat acostumat a rebre subvencions i signar contractes amb les administracions, la disminució dels recursos públics disponibles s'ha traduït en problemes generalitzats per al conjunt del sector (CAC, 2009; GUIMERÀ I ORTS, 2012). L'amplitud

7. Malgrat això, el gener de 2013 se'n va anunciar el tancament (*El Punt Avui*, edició nacional, 24-01-2013, pàg. 53).

8. Font: COMUNICACIÓ 21 (2012): "Les retallades a BTV amenacen la continuïtat de les televisions de districte" [En línia]. www.webcitation.org/6EM5ZoucC

i profunditat de la crisi ha arribat a televisions públiques i privades; empreses de dimensions econòmiques petites, però també d'altres de relativament grans, i tant projectes de llarga tradició com d'altres amb pocs anys de trajectòria. Ara els problemes també afecten les privades de proximitat, que havien afrontat amb millors condicions tant el procés d'apagada analògica com l'inici de la crisi econòmica (CAC, 2009; GUIMERÀ I ORTS, 2012).

La Xarxa va tancar el 2012 amb 160 emissores adherides i amb entre 20 i 30 emissores més negociant per accedir-hi

3.2. La ràdio local: estratègies de supervivència

3.2.1. Reduccions de plantilla, reestructuracions de programació i tancaments a la ràdio local pública

La ràdio pública local ha patit canvis profunds en els dos darrers anys. Tot i que continua essent hegemònica en nombre d'emissores, la crisi econòmica ha propiciat el tancament d'emissores en uns casos i la reducció de plantilla i programació pròpia en d'altres. L'exemple paradigmàtic ha estat el de Ràdio Hospitalet (el Baix Llobregat), que, juntament amb la televisió municipal, va anunciar el tancament per a 2012. La decisió presa per l'equip de govern municipal va causar polèmica i finalment un posterior acord de govern va salvar l'emissora.⁹ Una altra ràdio pública històrica que va patir una important reestructuració el 2012 va ser Tarragona Ràdio. El consell d'administració de l'Empresa Municipal de Mitjans de Comunicació de Tarragona va acomiadar 7 dels 22 treballadors el 2012. També Ràdio Manlleu reduïa plantilla (de 5 a 1 treballadors) i programació pròpia. En aquesta mateixa línia trobem més casos, com els de Papiol FM i Ràdio Berga.¹⁰ Finalment, cal esmentar l'expedient de regulació d'ocupació temporal per a 12 treballadors que es va produir a Ràdio El Vendrell el juny de 2012.

Els problemes es van fer insuperables i van conduir a tancaments a Ona Valls (abril de 2012) i Ràdio Cambrils (gener de 2013), emissores que funcionaven des de mitja dècada de 1980.

Aquesta situació de crisi general del sector local públic s'està afrontant mitjançant la cerca de models cooperatius que permetin una continuïtat. Hi ha dues tendències: a) crear models multiplataforma i multimèdia en línia per aconseguir estalvi econòmic centralitzant redaccions, i b) incrementar l'ús de la sindicació de continguts mitjançant La Xarxa i la Federació de Mitjans de Comunicació Locals de Catalunya (FMLC). La Xarxa va tancar el 2012 amb 160 emissores adherides i amb entre 20 i 30 emissores més negociant per accedir-hi.¹¹ Augmenta, doncs, la vinculació amb La Xarxa respecte a la que hi havia amb l'extingida COM Ràdio, en la qual estaven consorciades 140 emissores el 2010. Entre aquestes hi trobem no només emissores locals públiques, sinó també emissores vinculades al tercer sector i privades. Per reforçar aquest nou rol de prestador de serveis, l'entitat abandonava el control d'audiències¹² l'agost de 2012 i ja no apareixia als resultats de l'EGM de novembre d'aquell any ni als posteriors de l'EGM Baròmetre Catalunya.



9. Font: AJUNTAMENT DE L'HOSPITALET DE LLOBREGAT: "Els mitjans de comunicació públics de l'Hospitalet obriran una nova etapa el 15 d'octubre amb televisió, ràdio, internet i premsa escrita" [En línia]. www.webcitation.org/6GPKE2G1B

10. Font: COSTA, Txell (2013): "Mapa de mitjans de comunicació als Països Catalans en perill" [En línia]. Girona. www.webcitation.org/6Fd6kh6jz

11. Font: Vicky Gómez, cap de Relació d'Entitats de La Xarxa. Comunicació personal, febrer de 2013.

12. Font: COMUNICACIÓ 21: "La Xarxa abandona l'EGM" [En línia]. www.webcitation.org/6GPLgRjwB

Moltes llicències que autoritzaven la creació d'emissores el 2011 no han acabat amb la posada en marxa d'aquestes emissores, algunes només són radiofórmules i d'altres han arrendat les llicències a tercers



3.2.2. La ràdio local privada

El 2010 es preveia una reactivació del mapa radiodifusor local privat, perquè el CAC havia atorgat noves concessions el 2008.¹³ L'evolució durant el bienni 2011–2012 posa en dubte aquest creixement, perquè moltes llicències que autoritzaven la creació d'emissores el 2011 no han acabat amb la posada en marxa d'aquestes emissores, algunes només són radiofórmules i d'altres han arrendat les llicències a tercers.

Entre les emissores amb concessió de 2008 trobem en funcionament El 9 FM a Vic (de Premsa d'Osona), que va néixer al començament de 2010 i que ofereix radiofórmula, un magazín d'actualitat diari i butlletins informatius cada hora. També funciona l'emissora U-A-1 de Lleida, del grup Simalro, amb una programació generalista pròpia que s'ha incrementat els darrers anys,¹⁴ tot i que el grup ha sofert la pèrdua del gratuït *Bon Dia*. En canvi, el projecte 3devuit Ràdio, vinculat al setmanari *El 3 de Vuit* de Vilafranca del Penedès, emet la programació musical del grup d'emissores Gum FM, però no una programació informativa pròpia, en contra del que van anunciar al principi de 2011. Tampoc no ha engegat el seu projecte radiofònic l'empresa Edicions Intercomarcals, editora del diari *Regió 7*.

De les empreses comunicatives amb noves concessions continuen sense activar-se les ràdios d'Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat (ECAP, Girona) ni les tres corresponents a les llicències atorgades al grup La Mañana (Lleida). Pel que fa al projecte Montserrat Ràdio, es va posar en marxa al final de 2011 mitjançant una col·laboració entre el Grup Taelus i l'Abadia de Montserrat. Finalment, cal destacar que Segre Ràdio, vinculada al Grup Segre, ha arrendat la seva llicència a la Cadena SER i només manté un fil musical en la versió digital del diari *Segre*.

En el camp de la radiofórmula local, comarcal i supracomarcal, cal destacar la consolidació d'Amb2FM (antiga Mola FM, de Terrassa) i la posada en marxa de dues emissores vinculades al Grup Costa Brava Global Media (Castell d'Aro): Joy FM (2011) i SomReggae (2012).

De les emissores privades amb més tradició cal destacar el cas de Ràdio Vic, que ha estat la primera ràdio local privada a anunciar, a mitjan 2012, un conveni de col·laboració amb La Xarxa per tal de proveir-se dels seus continguts.¹⁵ Continuen en marxa Ràdio Aran, Imagina Ràdio o Ràdio Olot, emissores consolidades i de llarga trajectòria. També es consoliden dues cadenes d'emissores que emeten radiofórmules musicals i que tenen cobertures supracomarcals àmplies: Pròxima FM i Gum FM.

3.3. Premsa de proximitat: resistència davant de la crisi amb el mínim de baixes

En el bienni 2011–2012 s'ha mantingut la caiguda de la difusió de la premsa de pagament i de la distribució de la premsa gratuïta, amb alguna excepció. També hi ha un estancament del nombre de lectors controlats pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Aquest fet té a veure amb els efectes persistents de la crisi econòmica tant pel que fa als ingressos publicitaris com de reducció de les plantilles. També trobem fins i tot la desaparició o el canvi de periodicitat de capçaleres. En aquest sentit, el

13. De les onze noves concessions de ràdio local o comarcal observàvem que només cinc van engegar les seves activitats amb programació pròpia entre els anys 2008 i 2010, i que moltes d'aquestes iniciatives estaven vinculades a grups de comunicació locals o comarcals que ja havien consolidat altres mitjans d'informació de proximitat, especialment premsa (i premsa digital), o bé es decidien per la radiofórmula musical. Per a més informació vegeu el capítol "La comunicació local" a l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2009–2010*.

14. Ignasi Prat, director d'U-A-1 Lleida. Comunicació personal, febrer de 2013.

15. OSONA.COM (2013): "Ràdio Vic s'integra a la xarxa d'emissores de COM Ràdio" [En línia]. www.webcitation.org/6Fd7ItfOh

2011 els setmanaris de pagament s'han reduït de 27 a 24, mentre que dels 44 mensuals n'han desaparegut dos (YARZA, coord., 2012: 8).

Les baixes són poques si tenim en compte que de 2009 a 2011 les pàgines de publicitat han baixat un 16% (un 15,2% en diaris i un 21,1% en setmanaris i bisetmanals), mentre que la inversió publicitària s'ha reduït encara més (21,2%, gairebé uns 8,9 milions d'euros) en el mateix període, afectant més els setmanaris (25%) que els diaris (21,8%). La diferència de 5 punts en la reducció de pàgines i d'ingressos s'explica perquè les tarifes dels espais publicitaris han baixat, entre 2009 i 2011, un 8,2% en diaris i un 4,5% en setmanaris i bisetmanals. En síntesi, el sector de premsa local de pagament va aconseguir poc més de 33 milions d'euros per publicitat el 2011, una mica més de la meitat dels 61 milions d'euros d'ingressos totals (YARZA, coord., 2012: 41, 46, 50 i 55).

L'efecte de la crisi en les plantilles de la premsa local de pagament ha estat més dur encara des de 2009 que no pas abans. S'ha baixat de 1.690 treballadors a 1.311, amb una pèrdua de 62 persones de redacció i de 317 d'altres àrees. Aquesta última xifra és el 31,5% dels treballadors no periodistes en actiu el 2009 (que eren 1.005), però el percentatge arriba al 50% en el cas de la premsa quinzenal i mensual. Els redactors afectats han estat el 5,8% en diaris, el 16,1% en setmanaris i bisetmanals, i el 15,6% en mensuals (YARZA, coord., 2012: 9 i 10).

3.3.1. La difusió de diaris i dels setmanaris comarcals continua baixant, mentre els bisetmanals aguanten

Les dades de la majoria de diaris de proximitat constaten que la seva difusió continua baixant, amb tres casos d'autèntica caiguda lliure: *La Mañana* (-25,4%), *Diari de Terrassa* (-20,3%) i *Diari de Sabadell*. Aquesta última i històrica capçalera local ha deixat de ser diari el gener de 2013¹⁶ per passar a publicar-se tres dies a la setmana. Prèviament, el 2009, havia abandonat el control d'OJD, fet que en dificulta la quantificació de la davallada de difusió. No obstant això, fent una projecció sobre la reducció de lectors reflectida pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, podem calcular que la seva difusió el 2012 ha estat de 3.215 exemplars, xifra que representaria una reducció del 25,5% respecte a les dades de 2010. La resta de diaris tenen una difusió entre el 9 i el 13,5% més baixa, amb l'excepció d'*El Punt Avui*, aparegut el 31 de juliol de 2011 com a fusió de dues capçaleres, amb una difusió molt superior a la d'*El Punt* de 2010 (32,4%), però molt per sota de la suma de difusió dels dos diaris per separat, que va ser de 44.271 exemplars el 2010. Els bisetmanals mantenen les seves difusions anteriors: *El 9 Nou* baixa només un 1,2%, mentre que *Hora Nova* puja un 5,5% (vegeu la taula 4).

Els setmanaris de proximitat presenten molta diversitat: manteniment aparent de les capçaleres sense control de l'OJD (amb la *Revista del Vallès* al capdavant), reduccions de vendes entre el 3,7% del *Setmanari de l'Alt Empordà* i el 4,4% de *LEco de Sitges*, i davallades de difusió del 16,9 o del 24,6% (*El 3 de Vuit* i *La Veu de l'Anoia*, respectivament). D'altra banda, dues incorporacions als setmanaris locals de 2009 i 2010, *Diari del Priorat* i *30º*, han tingut una sort diversa: la publicació del Priorat va tancar el febrer de 2012, mentre que la d'Esplugues ha passat a ser mensual el juliol de 2011 (vegeu la taula 5).

L'efecte de la crisi en les plantilles de la premsa local de pagament ha estat més dur encara des de 2009 que no pas abans



16. Segons l'editora, és una mesura temporal i es complementa amb una reducció salarial del 20% per als 19 treballadors del mitjà. Font: COMUNICACIÓ 21 (2013): "El Diari de Sabadell redueix les edicions setmanals de 5 a 3" [En línia]. www.webcitation.org/6GAoGuZU8

Taula 4. Difusió de diaris i bisetmanals locals i comarcals (2011–2012)

Capçalera	Empresa	Lloc d'edició	2009–2010	2011–2012 ^A	Diferència (%)
<i>El Punt Avui</i> ^B	Hermes Comunicacions, SA	Girona	21.487	28.465	32,4
<i>Segre</i> ^C	Diari Segre, SL	Lleida	11.932	10.649	–10,7
<i>Diari de Tarragona</i>	Promicsa	Tarragona	11.505	10.358	–9,9
<i>Regió 7</i>	Edicions Intercomarcals, SA (Prensa Ibérica)	Manresa	7.395	6.391	–13,5
<i>Diari de Girona</i>	Diari de Girona, SA	Girona	6.876	6.231	–9,3
<i>Diari de Terrassa</i>	Julián Sanz Soria, SL	Terrassa	4.887	3.893	–20,3
<i>La Mañana</i>	Diari de Ponent, SA	Lleida	4.592	3.425	–25,4
<i>Diari de Sabadell</i> ^D	Vallesana de Publicacions, SA	Sabadell	4.324	3.215	–25,6
<i>El 9 Nou</i> ^E	Prensa d'Osona, SA	Vic/Granollers	14.005	13.422	–1,2
<i>Hora Nova</i>	Noves Edicions Altempordaneses, SLU	Figueres	2.298	2.425	9,3

^A La difusió dels diaris correspon a actes de l'OJD de juliol de 2011 a juny de 2012 en alguns casos, i de gener a desembre de 2012 en d'altres, mentre que la dels bisetmanals és la de les actes de 2011, últimes disponibles en tancar el capítol.

^B Difusió de les dues edicions d'*El Punt Avui* des de la fusió de les dues capçaleres: edició nacional (16.838) i edició de les comarques gironines (11.627). La difusió de l'edició gironina, única que s'ha mantingut, ha baixat un 15,8% respecte a la de 2010.

^C Difusió de les dues edicions del diari *Segre*: en català (5.535) i en castellà (5.114).

^D *Diari de Sabadell* no té control OJD des del final de 2009. Les dades de 2012 són una projecció en base al nombre de lectors comptabilitzats pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

^E Edicions del periòdic bisetmanal *El 9 Nou* (2009 i 2011): Osona i el Ripollès (9.372 i 9.127) i el Vallès Oriental (4.215 i 4.295).

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'OJD.

Taula 5. Difusió de setmanaris i quinzenals locals i comarcals (2009–2012)

Capçalera	Lloc d'edició	2009 OJD	2010 ACPC	2011 OJD	2012 ACPC	Variació (%)
<i>Revista del Vallès</i>	Granollers		8.000		8.000	=
<i>Diari de Vilanova</i>	Vilanova i la Geltrú	5.935		5.262		–11,3
<i>La Veu de l'Ebre</i>	Tortosa		4.850		4.850	=
<i>Setmanari de l'Alt Empordà</i>	Figueres	4.772		4.593		–3,7
<i>El Vallenc</i>	Valls		4.200		4.200	=
<i>El 3 de Vuit</i>	Vilafranca el Penedès	4.005		3.327		–16,9
<i>La Veu de l'Anoia</i>	Igualada	3.807		2.872		–24,6
<i>La Comarca d'Olot</i>	Olot	3.125		2.817		–9,8
<i>L'Eco de Sitges</i>	Sitges	1.949		1.863		–4,4
<i>Nova Conca</i>	Montblanc		1.800		1.800	=
<i>La Veu de la Segarra</i>	Cervera		1.650		1.650	=
<i>Som Garrigues</i> (quinzenal)	Les Borges Blanques		1.500		1.500	=
<i>Diari del Baix Penedès</i>	El Vendrell		1.200		1.200	=
<i>El Ripollès</i> ^A	Ripoll	1.169		1.170		=
<i>Nova Tàrraga</i>	Tàrraga		1.100		1.100	=
<i>Celso Informació</i>	Solsona		1.100		1.100	=
<i>Forja</i>	Castellar del Vallès		1.000		1.000	=
<i>Àncora</i>	Sant Feliu de Guíxols		1.000		1.000	=

^A Aquesta publicació no apareix en els informes de l'OJD corresponents a 2011. La difusió apareix a la fitxa del mitjà del web de l'ACPC com a control de l'OJD.

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'OJD i del web de l'ACPC. Les dades de l'ACPC són de tiratge o difusió facilitades per les mateixes publicacions, motiu pel qual no s'aprecien canvis els últims anys. S'hi inclouen publicacions amb difusió o tiratge de com a mínim mil exemplars.

3.3.2. La premsa gratuïta setmanal i mensual ajusta distribucions

Després de la desaparició o el refugi “digital” de capçaleres clàssiques de la premsa comercial durant el bienni 2009–2010, la major part del sector ha seguit ajustant a la baixa la seva distribució. L'única publicació que ha crescut notablement és *Pànxing*, tot i passar de cinc a quatre edicions.

És destacable com la majoria de les publicacions gratuïtes, siguin de l'àmbit geogràfic que siguin —des de les comarques pirinenques fins a la ciutat de Barcelona—, han fixat les seves distribucions entre els 20 mil i els 30 mil exemplars, la qual cosa no es reflecteix en el nombre de lectors per exemplar definit pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

Taula 6. Diaris, setmanaris i mensuals locals i comarcals gratuïts per volum de distribució (2010–2012)

Capçalera	Empresa	Periodicitat	Distribució 2010	Distribució 2012	Variació (%)
<i>Pànxing</i> (Berguedà, Cerdanya, Maresme, Pirineus) ^A	ABN Cat Serveis, SL	Mensual	39.385	60.508	53,6
<i>Capgròs</i> (Mataró)	Capgròs Comunicació, SL	Setmanal	34.900	30.132	-13,6
<i>El Tot Mataró i Maresme</i>	El Tot Mataró, SL	Setmanal	35.194	29.985	-14,8
<i>La Borruja</i> (Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Alta Ribagorça, Val d'Aran)	Serveis Publicitaris del Pirineu, SL	Mensual		29.000	
<i>Freqüència</i> (Manresa) ^B	Taelus, SL	Setmanal	26.933	26.058	-3,2
<i>La Fura</i> (Alt Penedès, Baix Penedès, Garraf)	Penedès Edicions, SL	Setmanal	25.374	25.304	-0,2
<i>Cafè & Llet</i> (Gironès)	Nou Paper Editors, SL	Mensual	28.556	25.000	-12,4
<i>Notícies TGN</i> (Tarragonès)	Notícies de les Comarques de Tarragona	Setmanal	29.651	24.776	-19,8
<i>Més Tarragona Reus Costa Daurada</i>	Tamediaxa, SA	Diària	26.865	24.504	-8,8
<i>Gente en Barcelona</i>	Gente en Barcelona, SL	Setmanal		23.275	
<i>Tot Sant Cugat</i>	Prensa Local Sant Cugat, SL	Setmanal	22.522	22.487	-0,2
<i>Mou-te</i> (Olot)	Sepuma	Mensual		20.250	
<i>La Clau</i> (Maresme)	Difusions Maresme, SL	Setmanal	20.000	20.000	=
<i>Més! Osona</i>	Mésosona, SL	Setmanal	16.892	19.918	15,1
<i>Bon Dia Lleida</i>	Bon Dia Lleida, SA	Diària	14.559	10.019	-31,1

^A *Pànxing* ha perdut una edició i en té quatre, tres d'elles mensuals: *Maresme* (27.000), *Tot Berguedà* (16.225) i *Tot Cerdanya* (17.283). La quarta, *Pirineus*, és trimestral i no ha comptat en la distribució.

^B La publicació ha passat de periodicitat mensual a setmanal.

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'OJD-PGD (Publicaciones Gratuitas Ejemplares Distribuibles) i de l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta.

3.4. Internet: vigor singular

La difícil situació del sector de proximitat té singularitats si ens fixem en els mitjans digitals: hi ha hagut un creixement del nombre de webs informatius i una consolidació de l'estructura associativa. El baix cost de la posada en marxa i explotació de projectes periodístics a internet explica, en part, la resiliència dels portals informatius digitals malgrat la seva endèmica debilitat econòmica.

Durant el bienni 2011–2012 han aparegut 16 nous projectes de mitjans purament digitals, és a dir, sense vinculació empresarial amb mitjans impresos o audiovisuals previs. Aquesta situació, que sembla contradir la lògica del context de crisi, és una conseqüència dels tancaments de mitjans tradicionals. Milers de periodistes han perdut la feina des de 2008 i molts nous graduats troben difícilment oportunitats laborals en les redaccions tradicionals. La majoria dels projectes recollits a la taula 7 són iniciatives impulsades per petits grups de periodistes (o fins i tot un sol periodista, cas de Sergi Casado amb *El Circ* de Tarragona) que busquen continuar servint la comunitat. Alguns dels projectes aprofiten tecnologies de codi obert per produir informació minimitzant les despeses d'infraestructura. D'altres neixen sota l'aixopluc del Grup Nació Digital, compartint servidors i programari de gestió de continguts, a més de l'estructura empresarial: és el cas de *BaixMontseny.info*, *NacióGranollers.cat* i *NacióSolsona.cat*. El creixement de Nació Digital en l'espai local també s'ha basat en la incorporació de projectes periodístics ja existents, com *DelCamp.cat* i *ViurealsPirineus.cat*.

Taula 7 . Mitjans locals purament digitals creats entre 2011 i 2012

Nom	Àmbit	Localització
Maresme360.cat	Comarcal	Maresme
NacioGranollers.cat	Municipal	Granollers
NacioSolsona.cat	Comarcal	Solsonès
RubiTV.cat	Municipal	Rubí
Balaguer.tv	Municipal	Balaguer
AraGirona.cat	Municipal	Girona
La Tele ^A	Municipal	Fornells de la Selva
SurtdeCasa.cat	Supracomarcal	Terres de l'Ebre/Penedès
Aguaita.cat	Supracomarcal	Terres de l'Ebre
ViuMolinsdeRei.com	Municipal	Molins de Rei
elBaix.cat	Comarcal	Baix Llobregat
BaixMontseny.info	Supracomarcal	Baix Montseny
CampdEsports.cat	Supracomarcal	Camp de Tarragona
ElCircdeTarragona.com	Municipal	Tarragona
FetaTarragona.com	Municipal	Tarragona
EixDiari.cat	Supracomarcal	Garraf, Alt i Baix Penedès
Infoanoia.cat	Comarcal	Anoia

^A www.fornellsdelaselva.cat/latele

Font: elaboració pròpia a partir de notícies publicades en webs d'informació local i especialitzada en mitjans, principalment seguint el recull realitzat per Txell Costa en forma de mapa interactiu a Google Maps [En línia]. www.webcitation.org/6Fd6kh6jz

Alguns dels nous portals cobreixen espais comunicatius nous. BaixMontseny.info publica informació sobre disset municipis repartits entre les comarques del Vallès Oriental i la Selva. El web és el resultat de la redefinició de VallesOriental.com, que ha donat lloc també a la creació d'un altre portal, NacioGranollers.cat, centrat en l'actualitat de la capital de la comarca. EixDiari.cat és l'evolució de VilanovaDigital.cat i expandeix la seva cobertura al Garraf i l'Alt i el Baix Penedès.

També han aparegut projectes de comunicació híbrids, amb una publicació impresa i un portal d'informació digital que s'actualitza més sovint que la versió en paper. És el cas de SomAnoia.cat i *La Torre del Palau*,¹⁷ que combinen un setmanari en paper i un web informatiu. NWrevistadeReus.cat és el web de la revista mensual NW, i FetaSantFeliu.cat té una versió impresa trimestral. *Fet a Sant Feliu* té una estructura ben innovadora en el panorama comunicatiu català, ja que s'ha constituït com a cooperativa, on els consumidors i usuaris són els propietaris del mitjà de comunicació. Altres projectes nous a cavall entre el mitjà imprès i digital, com *La Veu de l'Alt Maresme*, no han arribat a superar l'any de vida.

Entre els mitjans tradicionals hi ha hagut novetats remarcables en la seva relació amb internet en dues direccions: alguns han creat per primera vegada el seu web, d'altres han passat a publicar-se només a internet. Aquest últim fet, poc comú en la història dels mitjans a Catalunya, s'emmiralla en una tendència creixent en l'ecosistema mediàtic occidental (principalment als Estats Units i al nord d'Europa), que aposta per la digitalització com a estratègia per reduir costos de producció aprofitant la generalització dels hàbits de consum de notícies via internet. D'entre els mitjans amb anys de tradició que han creat un web informatiu destaca el portal BaixGaia.cat, promogut pel *Diari de la Torre*, que suposa una extensió de l'àmbit geogràfic d'actuació d'aquesta revista mensual de Torredembarra a tota la subcomarca del Baix Gaià. Pel que fa a les reconversions de mitjans tradicionals a mitjans digitals, cal destacar les televisions de Gavà i Calella i el setmanari *Berguedà Actual*.

17. *La Torre del Palau* és el primer mitjà híbrid del Grup Nació Digital, que fins ara només gestionava mitjans digitals.

L'Associació Catalana de Premsa Gratuïta i Mitjans Digitals ha consolidat el 2011–2012 la seva posició com a ens vertebrador de les empreses de continguts digitals, amb una presència molt destacada dels mitjans locals. Una de les seves actuacions principals durant el bienni ha estat la creació per part d'OJD Interactiva d'un rànquing de mitjans digitals en català, amb el suport de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal i de l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català.¹⁸

3.5. Grups multimèdia de proximitat: màxima fragilitat

Les dificultats econòmiques dels grups multimèdia s'han agreujat durant els darrers dos anys, de manera que perilla la continuïtat d'alguns projectes. Per aquest motiu hem de caracteritzar el panorama actual com a situació de màxima fragilitat.

Els cinc grups multimèdia¹⁹ privats que analitzarem en detall són el Grup Segre (diari *Segre*, Segre Ràdio, Lleida TV, DiariSegre.com, GPS, Lexigraf); el Grup Regió 7 (Edicions Intercomarcals, gestora del diari imprès *Regió7*, Televisió de Manresa, i Intercomarcals Media, gestora del digital Regio7.cat); Premsa d'Osona (diari imprès *El 9 Nou*, digital El9Nou.cat, emissora radiofònica El 9 FM i televisió El 9 TV); el Grup Taelus (emissores Cadena SER Ràdio Manresa, Els 40 Principals Catalunya Central i Cadena Dial, revista gratuïta *Freqüència*, agència de comunicació Taelus Publicitat, Canal Taronja de Televisió i portal multimèdia Taronja Digital), i el Grup de Comunicació Ebrenc (*La Veu de l'Ebre*, EBE Imatge i Comunicació, editora d'EbreDigital.cat, i Imagina Ràdio).

Una visió conjunta de l'anàlisi de les dades econòmiques d'aquests cinc grups constata una continuïtat en la tendència al descens d'ingressos des de 2008 (vegeu la taula 8), amb l'excepció de dues empreses: Grup de Comunicació Ebrenc (EBE i Imagina Ràdio) i Intercomarcals Media. Creiem significatiu que en el context conjuntural actual, EBE hagi aconseguit mantenir un ritme de captació d'ingressos molt per sobre de la resta de mitjans, amb un augment de l'11,77% entre els anys 2010 i 2011. També observem un creixement atípic de l'editora digital de Regio7.cat, del 170,02%. La resta de grups multimèdia evidencien seriosos problemes en la captació d'ingressos, amb descensos que van des del 3,63% de Premsa d'Osona al 15,29% del Grup Taelus.

Pel que fa a la gestió, la dada més preocupant prové d'Edicions Intercomarcals, que va sofrir unes pèrdues de 986.359 € durant 2011, fet que col·locava l'empresa en situació de fallida a 31 de desembre. Segons l'informe de l'empresa auditora de comptes (Audit Manresa), els fons propis eren llavors inferiors a la meitat del capital social de l'empresa, fet que d'acord amb l'article 363 de la Llei de societats de capital²⁰ era causa de dissolució. L'altra empresa del grup, Intercomarcals Media, va tenir pèrdues per valor de 251.417 €.

Si entrem en detall en l'evolució de cada grup, veiem que l'empresa Diari Segre ha sofert un descens d'ingressos continuat en els últims quatre anys. Entre els anys 2010 i 2011 aquest descens ha estat del 8,72%. La facturació de 2011 va ser de 7.799.567 €. La seva gestió ha obtingut

**Les dificultats
econòmiques
dels grups
multimèdia s'han
agreujat durant
els darrers dos
anys, de manera
que perilla la
continuïtat
d'alguns projectes**



18. Vegeu l'apartat 4 d'aquest capítol.

19. Denominació utilitzada per l'*Informe de la comunicació a Catalunya* per englobar mitjans gestionats per empreses afins i accionistes majoritaris idèntics, però sense ser una empresa amb una única entitat jurídica. En l'anterior informe vam detallar la descripció dels resultats econòmics dels grups multimèdia que superaven el milió d'euros de facturació. Mantenim aquest criteri, ja que en facilita la comparació. A més, creiem oportú referir-nos també a les dades dels dos anys anteriors, perquè ens ajuden a visualitzar la situació de partida per a l'anàlisi. La font de les dades és Sabi - Bureau van Dijk, que recull informació amb actualització a desembre de 2011 en el moment d'elaborar aquest capítol.

20. Text refós RDL 1/2010, de 2 de juliol (BOE, 03-07-2010).

**En l'anàlisi
del Grup de
Comunicació
Ebrenc observem
dues evolucions
molts diferents
entre l'empresa
insígnia i les
altres dues
marques del grup**



el 2011 un resultat net de 42.672 euros, un benefici que va decaure un 83,72% respecte a l'exercici de 2010 (amb guanys de 263.142 euros). El resultat brut, mesurat a partir de l'indicador EBITDA,²¹ tot i ser igualment negatiu, és lleugerament més suau en constatar una variació interanual negativa del 64,77%, amb una xifra absoluta de 197.944 euros. El nivell d'endeutament està situat en un 31,26%. Una conseqüència d'aquesta evolució ha estat la reducció de serveis que ha suposat el tancament de l'emissora radiofònica i l'arrendament de la freqüència on operava a la Cadena SER. Tot i això, el grup manté la marca Ràdio Segre. També s'hi pot apreciar una descapitalització de la plantilla; des de 2008 ha perdut 30 treballadors, tres dels quals entre 2010 i 2011.

Edicions Intercomarcals és el grup multimèdia que es troba en situació més crítica. Des de 2008 ha sofert una caiguda d'ingressos que en els últims dos anys ha estat del 13,23%. Aquesta xifra, però, no justifica l'evolució dels resultats de gestió, que entre els anys 2010 i 2011 han suposat unes pèrdues netes d'un 370,95% en termes relatius i de 986.359 € en termes absoluts. Es poden atribuir aquests resultats a alguna despesa extraordinària que hagi alterat la relació entre els ingressos i els resultats econòmics finals, però el resultat brut d'explotació no ens permet pensar que aquesta conjectura sigui possible, ja que les pèrdues van ser de 763.587 € (un -967,26% de variació entre 2011 i 2010), molt per sobre del que seria una pèrdua proporcionada al descens del 13,23% de facturació. El seu endeutament ha passat del 59,04% el 2010 al 96,81% el 2011. Tot i aquestes dades negatives, l'empresa està conservant el gruix de la seva estructura de personal, que es manté en 67 treballadors. L'altra empresa del grup, Intercomarcals Media, ha incrementat de manera significativa els ingressos el 2011, un 170,02%, i ha arribat a una captació de 196.839 €. Però els seus resultats d'explotació són clarament negatius tant si mirem les xifres de resultats nets (-251.417 €) com bruts (-358.615 €). Tot i així, l'empresa sembla apostar per aquest negoci, ja que ha ampliat la plantilla en set treballadors en l'últim exercici.

Prensa d'Osona no és aliena al descens d'ingressos d'explotació del sector, tot i que ho fa a un ritme més baix. En l'últim exercici, la variació dels ingressos va ser una pèrdua del 3,63%, amb una xifra de facturació de 3.789.918 €. El resultat de l'últim exercici (2011) mostra uns guanys de 33.573 €. Pel que fa al nivell d'endeutament, ha disminuït prop d'un punt bàsic (0,96) i se situa en un 29,17%. La seva plantilla estava formada el 2011 per 72 persones, tres menys que el 2010.

El Grup Taelus va perdre entre 2011 i 2010 un 15,29% dels ingressos, de manera que el seu volum de facturació en l'últim exercici va quedar en 1.337.640 €. La gestió va suposar unes pèrdues de 7.998 €. En anys anteriors a 2008 el negoci es movia en una forquilla de beneficis d'entre 25.000 i 35.000 €. La variació del resultat net entre 2010 i 2011 va ser del -331,96%. El seu resultat brut d'explotació mitiga les xifres, però no deixa d'evidenciar problemes: 14.549 € de benefici i una variació negativa del 60,30%. L'endeutament és del 39,44%. La plantilla ha sofert poques variacions i el 2011 tenia 16 treballadors.

En l'anàlisi del Grup de Comunicació Ebrenc observem dues evolucions molts diferents entre l'empresa insígnia del grup (la publicació mensual impresa *La Veu de l'Ebre*) i les altres dues marques del grup. L'editora

21. Mesura els resultats descomptats els fons destinats a pagar interessos financers, impostos, depreciació i amortitzacions. Es diu EBITDA per les seves sigles en anglès: *earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization*.

La Veu de l'Ebre ja va perdre el 2010 el sosteniment del milió d'euros de facturació: es va quedar en uns ingressos de 909.699 €. Aquesta pèrdua de capacitat en la captació d'ingressos va continuar el 2011 amb un descens del 17,73% interanual (748.416 € en termes absoluts). Els resultats bruts es van ressentir en un 5,33% en passar de 61.705 a 58.415 €. En canvi, els resultats nets els hem de contemplar com a excepcionals, ja que es van incrementar en un 52,41%: es va passar d'uns beneficis de 4.419 € el 2010 a 6.735 € el 2011. El nivell d'endeutament va finalitzar en un 70,63%, mentre que la plantilla ha anat disminuint des de 2008 i quedava a 31 de desembre de 2011 en onze treballadors. Insòlits en la conjuntura actual són els resultats de les altres dues empreses del grup (EBE Imatge i Comunicació, i Imagina Ràdio), que aconsegueixen captar més ingressos: un 16,77% més EBE (348.227 € el 2011) i un 3,77% més Imagina Ràdio (274.22 €). Tot i així, els beneficis no són elevats en termes absoluts —3.221 i 2.855 € respectivament— i són clarament negatius si ens fixem en la variació interanual, que ha suposat un descens percentual del 37,77 EBE i el 78,29 Imagina Ràdio. El nivell d'endeutament d'aquestes companyies és molt elevat, amb un 90,94 i 85,57% respectivament. Les plantilles es mantenen estables.

La resta del teixit de grups mediàtics catalans està format per empreses de dimensió més petita, però que igualment gestionen mitjans en més d'un canal. Són Publicacions Penedès (gestora d'*El 3 de Vuit*, en paper i digital, una emissora d'FM i un canal de TDT), Doble Columna (setmanari *Un cop d'ull* i televisió per internet TeVeon), grup Diari de Ponent (diari *La Mañana*, Canal Català La Manyana i els digitals LaManyana.es i LaManyana.tv), TLB Grup (TLB Televisió, el gratuït imprès i digital *El 7manari*, Styl FM i Styl FM Clàssics), Costa Brava Global Media (Televisió Costa Brava, Costa Brava Digital i les emissores de ràdio Joy FM i SomReggae), Mola TV (Mola TV i Mola FM) i Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió (15 emissores de ràdio i 4 televisions de la regió dels Pirineus).

El sector públic també compta amb grups multimèdia, sobretot a l'àrea metropolitana de Barcelona. El bienni no ha estat favorable per al seu desenvolupament a causa de la disminució de les aportacions econòmiques municipals, que ha ocasionat reduccions en les plantilles i la consegüent pèrdua de qualitat del servei. Els casos exemplificadors han estat els de mitjans de l'Hospitalet de Llobregat i de Badalona. Altres grups multimèdia públics com Cugat.cat i Manlleu Mitjans de Comunicació han continuat prestant els seus serveis sense canvis significatius.

4. Audiències i consums

Les audiències dels diferents tipus de mitjans no han tingut un comportament homogeni. La TDT-L ha sofert un descens molt acusat, ja que segons el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, si el 2010 havien augmentat l'audiència respecte a l'any anterior i havien assolit un 5,2% de quota de pantalla, el 2011 el *share* havia baixat a l'1,2% i el 2012 a l'1,1%. La davallada és dràstica (-78,8%) i situa la televisió local com un actor marginal dins del sistema televisiu català.

La TDT-L ha sofert un descens d'audiència molt acusat: si el 2010 el *share* era un 5,2%, el 2011 havia baixat a l'1,2% i el 2012 a l'1,1%



Taula 8. Facturació dels principals grups multimèdia privats de proximitat (2008–2011)

Facturació	2008	2009	2010	2011	Variació 2010–2011 (%)
Diari Segre	10.107.520	9.164.985	8.764.013	7.799.567	-8,72
Grup Regió 7					
Edicions Intercomarcals	6.718.579	5.387.759	5.258.659	4.562.560	-13,23
Intercomarcals Media	s. d. ^A	57.302	72.899	196.839	270,02
Premsa d'Osona	4.991.842,00	4.040.134	3.932.551,00	3.789.918,00	-3,63
Grup Taelus	1.879.194	1.566.767	1.579.165	1.337.640	-15,29
Grup Comunicació Ebrenc					
<i>La Veu de l'Ebre</i>	1.034.246	1.007.575	909.699	748.416	-17,73
EBE Imatge i Comunicació	108.949	113.796	298.220	348.227	16,77
Imagina Ràdio	183.323	197.256	264.267	274.223	3,77

^A s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia amb dades procedents de Sabi (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) - Bureau van Dijk (2008–2011).

Taula 9. Resultats nets d'exploació dels principals grups multimèdia privats de proximitat (2008–2011)

Resultats	2008	2009	2010	2011	Variació 2010–2011 (%)
Diari Segre, SLU	24.086	46.339	263.142	42.672	-83,78
Grup Regió 7					
Edicions Intercomarcals, SA	-92.042	-843.942	-209.441	-986.359	-370,95
Intercomarcals Media, SL	s. d.	-44.994	-48.258	-251.417	-420,96
Premsa d'Osona, SA	383.602	61.194	94.484	33.573	-64,46
Grup Taelus	13.839	189.511	3.448	-7.998	-331,96
Grup Comunicació Ebrenc					
<i>La Veu de l'Ebre</i>	8.432	16.952	4.419	6.735	52,41
EBE Imatge i Comunicació	3.930	3.301	5.177	3.221	-37,78
Imagina Ràdio	8.757	-2.477	13.153	2.855	-78,29

Font: elaboració pròpia amb dades procedents de Sabi - Bureau van Dijk (2008–2011).

Malgrat aquesta dada general tan negativa, el comportament de les TDT locals més vistes a Catalunya té matisos: mentre algunes de les més consolidades, com TV Ripollès, TV Olot i Lleida TV, han perdut pes, d'altres més recents, com Pirineus TV o Canal TE, han guanyat espectadors. Les dades també mostren un fet ja vist en el bienni anterior: les emissores privades de proximitat són les més seguides i ocupen les deu primeres posicions del rànking conjunt. Territorialment, també es manté la tendència que les televisions més vistes pertanyen a comarques allunyades de Barcelona i en zones de baixa densitat demogràfica. De fet, crida l'atenció que les sis TDT-L amb més audiència són a comarques pirinenques i prepirinenques.

L'audiència de les ràdios locals es manté estable tant entre les emissores generalistes com entre les radiofórmules, tot i que s'observen moltes disparitats. Hi destaquen la pèrdua de 8.000 oients de Ràdio Olot d'una banda i l'augment de 9.000 oients de Ràdio Sabadell de l'altra (vegeu la taula 11).

Em premsa impresa, les dades del Baròmetre confirmen l'augment de lectors per exemplar de la majoria de publicacions, tant de pagament com gratuïtes, el que compensa la reducció de difusions i distribucions, respectivament. Tanmateix, la premsa de pagament segueix tenint molts més lectors per exemplar que la gratuïta. Pel que fa als diaris, les xifres van dels 5,5 lectors de *Regió 7* o els 6,7 d'*El Punt Avui* (gairebé els que tenien el 2008) als 11 lectors per exemplar de *Diari de Terrassa*, però gairebé totes les capçaleres en tenen entre 9 i 10. Els dos bisetmanals, *Hora Nova* i *El 9 Nou*, han baixat la xifra respecte a 2010 (14,7 i 8,7 respectivament). Contràriament al període 2008–2010, els últims dos anys la suma de lectors de diaris i bisetmanals de proximitat ha baixat un 9,3%.

Entre els setmanaris, *Diari de Vilanova* (10,4 lectors per exemplar), *El 3 de Vuit* (10,2) i *Setmanari de l'Alt Empordà* (8,9) s'acosten als consums de la premsa diària, però altres publicacions, com *Revista del Vallès* (5,8), han baixat notablement la seva incidència per exemplar. De fet, la suma de lectors dels setmanaris de pagament amb més de 20.000 lectors el 2012 és un 24,1% més baixa que la de 2010. Les xifres de la premsa gratuïta continuen essent similars a les de fa dos anys: entre els 3,6 lectors per exemplar del *Tot Mataró i Maresme* i *La Fura* (aquestes publicacions, juntament amb *Capgròs Mataró i Maresme*, lideren el sector i són les úniques que guanyen lectors) i els 2,3 lectors de *Tot Sant Cugat* i *Revista Més! Osona* o els 2 de *Notícies TGN* (vegeu la taula 12).

El volum de mitjans digitals locals amb audiència controlada per OJD Interactiva va continuar creixent en el seu conjunt entre 2010 i 2012, amb l'al·licient de la visibilitat que oferia la creació d'un rànquing específic de mitjans digitals en català el febrer de 2012 gràcies a l'acord entre OJD Interactiva i les associacions catalanes de mitjans.

Les sis TDT-L amb més audiència són a comarques pirinenques i prepirinenques



Taula 10. TDT-L catalanes amb audiència acumulada^A més alta a les respectives comarques de referència (2010–2012)

TDT-L	Comarca	2010	2011	2012
TV Ripollès	Ripollès	26,0%	20,35%	23,7%
Pirineus TV	Alt Urgell	13,4%	16,7%	18,9%
Pirineus TV	Pallars Jussà	–	17,2%	18,7%
Pirineus TV	Pallars Sobirà	–	–	17,8%
Pirineus TV	Cerdanya	–	12,2%	15,1%
TV Olot	Garrotxa	19,0%	18,6%	14,0%
Canal 21	Baix Ebre	–	8,6%	10,1%
El 9 TV	Osona	–	5,69%	9,9%
Lleida TV	Segrià	11,4%	11,1%	8,6%
Canal TE	Baix Ebre	–	5,2%	8,2%

^A Mitjana anual d'audiència acumulada els últims trenta dies.

Font: elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010, 2011 i 2012).

Taula 11. Ràdios locals catalanes amb audiència més alta a les respectives comarques (2011–2012)

Emissora	Privada/pública	Comarca	Audiència 2011 (milers d'oients)	Audiència 2012 (milers d'oients)
Ràdio Generalista				
Ràdio Olot	Privada	Garrotxa	45	37
Ràdio Sabadell	Pública	Vallès	29	38
Ràdio Vilafranca	Pública	Alt Penedès	25	18
Mataró Ràdio	Pública	Maresme	23	19
Tarragona Ràdio	Pública	Tarragonès	23	22
Ràdio Vic	Privada	Osona	18	23
Ràdio Vilafant	Pública	Alt Empordà	17	19
Ràdio Ulldecona	Pública	Montsià	16	15
Nova Ràdio Lloret	Pública	Selva	14	17
Canal Blau FM	Pública	Garraf	14	17
Radiofòrmula				
Ràdio Marina	Privada	Selva	44	47
Gum FM	Privada	Maresme	21	22
		Alta Ribagorça		
		Pallars Jussà		
		Pallars Sobirà		
Styl FM	Privada	Val d'Aran	16	15
Pròxima FM	Privada	Bages	14	–
Imagina Ràdio	Privada	Cerdanya i Andorra	10	10

Font: elaboració pròpia amb dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2011 i 2012).

Taula 12. Lectors de diaris, bisetmanals i setmanaris locals i comarcals (2010–2012)^A

Capçalera	Empresa	Periodicitat	Pagament o gratuït	Lectors 2010	Lectors 2012
<i>El Punt Avui</i> (dues edicions)	Hermes Comunicacions	Diària	Pagament	176.000 ^B	192.000
<i>El 9 Nou</i> (Vic/Granollers)	Prensa d'Osona	Bisetmanal	Pagament	155.000	117.000
<i>Segre</i> (Lleida)	Diari Segre	Diària	Pagament	110.000	115.000
<i>El Tot Mataró i Maresme</i>	El Tot Mataró	Setmanal	Gratuït	90.000	108.000
<i>Capgròs Mataró i Maresme</i>	Capgròs Mataró i Maresme	Setmanal	Gratuït	88.000	99.000
<i>Diari de Tarragona</i>	Promicsa	Diària	Pagament	109.000	98.000
<i>La Fura</i> (Vilafranca)	Penedès Edicions	Setmanal	Gratuït	82.000	92.000
<i>Reclam Osona Ripollès</i>	Reclam Publicitari	Setmanal	Gratuït	70.000	67.000
<i>Diari de Girona</i>	Diari de Girona	Diària	Pagament	50.000	58.000
<i>Diari de Vilanova</i>	Edicions del Garraf	Setmanal	Pagament	45.000	55.000

^A Es recullen les publicacions de diverses periodicitats amb un mínim de 30.000 lectors.

^B Dades d'*El Punt*.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010 i 2012).

Taula 13. Audiència dels principals mitjans digitals de proximitat catalans (2011–2012)

	Desembre 2011	Desembre 2012
DiarideGirona.cat	210.391	203.146
Regio7.cat	129.363	165.648
BTV.cat	92.084	117.898
El9Nou.cat	n. d. ^B	55.343
Osona.com (Nació Digital)	n. d.	53.996
DelCamp.cat (Nació Digital)	n. d.	37.888
Cugat.cat	26.665	26.764
AnoiaDiari.cat	27.251	27.002
LEmporda.info	17.902	24.369
EixDiari.cat (abans VilanovaDigital.cat)	28.559 ^A	22.387

^A Dada de gener de 2012.

^B n. d.: dades no disponibles.

Font: OJD Interactiva.

5. Conclusions

Els mitjans de proximitat de l'espai català de comunicació han començat a patir un deteriorament a causa de la disminució de l'oferta i dels continguts propis entre els que es mantenen actius. El sector únicament sembla tenir vigor en els projectes digitals de baix cost. Tot i això, hem de ser molt cautelosos si ens volem inclinar per l'optimisme, ja que els digitals es caracteritzen per un alt grau de volatilitat.

La situació de retrocés de la comunicació local és fruit de la dependència dels recursos públics en tots els tipus de mitjans, tant els públics com els privats. Així, la disminució dels ajuts de la Generalitat i de les assignacions municipals o d'ens supramunicipals han col·locat molts mitjans en dificultats econòmiques. Les estratègies de supervivència davant de la persistent crisi de captació de recursos han passat per disminuir costos amb dos tipus d'accions: reduint plantilles i incrementant l'ús de continguts sindicats (oferts per La Xarxa i l'FMCLC).

El consegüent deteriorament de qualitat de la informació de proximitat encara no ha tingut repercussions greus pel que fa a les audiències dels diversos sectors, amb l'excepció de la televisió, cosa que indica un gran arrelament de la comunicació a la societat. A més, cal tenir present que en les poblacions on s'han anunciat tancaments, la part més activa de la societat civil s'ha mobilitzat i alguns projectes s'han reprès parcialment,

com exemplifica el cas dels mitjans municipals de l'Hospitalet de Llobregat.

El futur immediat sembla que passa per lluitar pel manteniment d'unes estructures bàsiques. La millora del sector podria venir per una captació de recursos privats, ja que serà difícil justificar més inversions públiques si la crisi econòmica general persisteix.

6. Referències

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC) (2009): *Diagnòstic de la televisió digital terrestre local a Catalunya (setembre–octubre de 2009)* [En línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. www.webcitation.org/6Fa8eHQpL

FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel; FERNÁNDEZ VISO, Ana (2012): "Impacto de la crisis económica en las políticas de comunicación de la Generalitat de Catalunya (2011)". *Derecom* [En línia]. Madrid. Núm. 8, nova època. www.webcitation.org/6FceOFqPS

GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel (2012): *La televisió local a Catalunya: crònica d'una crisi permanent* [En línia]. Barcelona: Escacc. www.webcitation.org/6Fa8PbwJY

GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel; BONET, Montse (2012): "El model de negoci en cadena a Catalunya: de l'èxit radiofònic al fracàs televisiu". *Quaderns del CAC* [En línia]. Barcelona. Vol. XV (1), pàgs. 97–103. www.webcitation.org/6Fa92Ihnq

YARZA, Enric; VILARÓ, Sita, coords. (2012): *Llibre blanc 2012 de la premsa comarcal*. Barcelona: Fundació Catalana de la Premsa Comarcal.

En les poblacions on s'han anunciat tancaments, la part més activa de la societat civil s'ha mobilitzat i alguns projectes s'han reprès parcialment

